

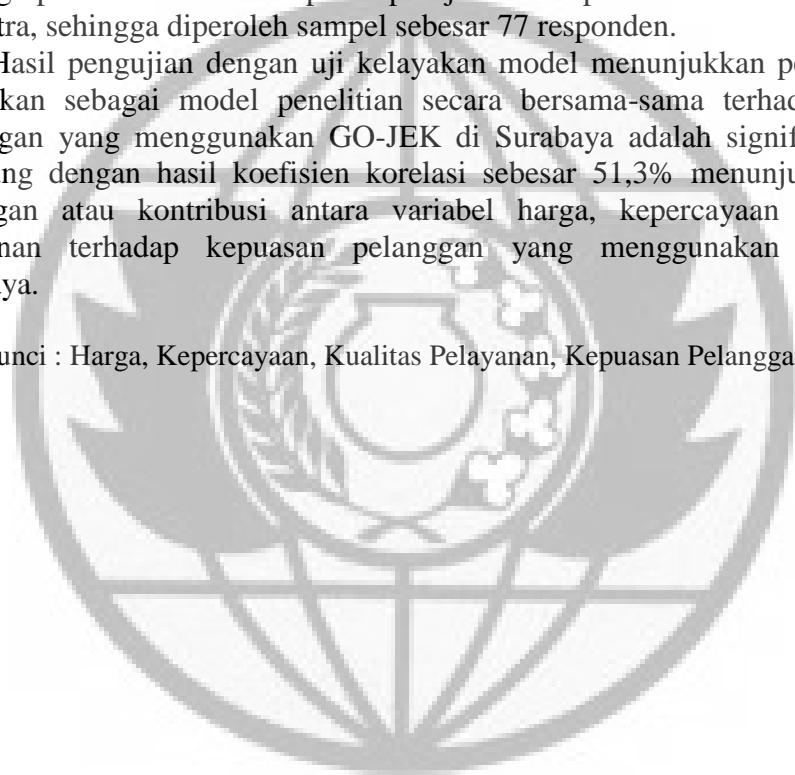
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dimana variabel independen yang terdiri dari harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai variabel dependennya.

Penelitian ini dilakukan pada PT GO-JEK Indonesia di Surabaya. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan kuisioner yang diisi oleh responden yaitu pelanggan yang menggunakan GO-JEK di Surabaya yang melakukan pemesanan/penggunaan layanan ojek online perusahaan GO-JEK lebih dari dua kali. Karena jumlah populasi yang tidak dapat dihitung jumlahnya sehingga peneliti melakukan penetapan jumlah responden berdasarkan pedoman Maholtra, sehingga diperoleh sampel sebesar 77 responden.

Hasil pengujian dengan uji kelayakan model menunjukkan pengaruh yang digunakan sebagai model penelitian secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan GO-JEK di Surabaya adalah signifikan. Hal ini didukung dengan hasil koefisien korelasi sebesar 51,3% menunjukkan adanya hubungan atau kontribusi antara variabel harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan GO-JEK di Surabaya.

Kata Kunci : Harga, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price variables, trust and service quality on customer satisfaction. Where the independent variable consisting of price, trust and service quality affects customer satisfaction as the dependent variable.

This research was conducted at PT GO-JEK Indonesia in Surabaya. The method of data collection in this study is a questionnaire which is filled by respondents, namely customers who use GO-JEK in Surabaya who order / use GO-JEK company's online motorcycle taxi services more than twice. Because the number of population cannot be counted, the researcher conducted a determination of the number of respondents based on the Maholtra guidelines, so that a sample of 77 respondents was obtained.

The test results with the model feasibility test show that the effect used as a research model together on customer satisfaction using GO-JEK in Surabaya is significant. This is supported by the results of the correlation coefficient of 51.3% indicating the existence of a relationship or contribution between the variable price, trust and quality of service to the satisfaction of customers using GO-JEK in Surabaya.

Keywords: price, trust, service quality, customersatisfaction

